

MESLEKİ PRESTİJİN İŞTEN AYRILMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE KOLEKTİF ŞÜKRANIN ARACILIK ROLÜ: ULAŞIM SEKTÖRÜNDE BİR ARAŞTIRMA

Elif HABİP

İstanbul Üniversitesi, SBE, (elifhabip@gmail.com)

Doç. Dr. Merve KOÇOĞLU SAZKAYA

Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, (merve.kocoglu@marmara.edu.tr)

ÖZET

Bu çalışmada, mesleki prestijin işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde kolektif şükranın aracılık rolü incelenmiştir. Araştırmanın örneklemini İstanbul'da ulaşım sektöründe çalışan üç ayrı meslek grubundan 527 çalışan oluşturmaktadır. Katılımcıların 214'ü taksi şoförü, 251'i otobüs şoförü ve 62'si gemi kaptanıdır. Araştırmanın sonucuna göre, mesleki prestijin işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde kolektif şükranın kısmi aracılık rolü olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda bu çalışmada, üç meslek grubu için ayrıca aracılık analizleri yapılmıştır. Bu doğrultuda, taksi şoförleri ve gemi kaptanlarına yapılan analiz sonucuna göre mesleki prestijin işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde kolektif şükranın aracılık rolü olmadığı görülmüştür. Buna karşın, otobüs şoförlerine yönelik yapılan analiz sonucunda ise mesleki prestijin işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde kolektif şükranın kısmi aracılık rolü olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Mesleki Prestij, Kolektif Şükran, İşten Ayrılma Niyeti, Ulaşım Sektörü.

THE MEDIATING ROLE OF COLLECTIVE GRATITUDE OVER THE EFFECTS OF OCCUPATIONAL PRESTIGE ON TURNOVER INTENTION: A STUDY WITHIN TRANSPORTATION SECTOR

ABSTRACT

In this study, the mediating role of collective gratitude over the effects of occupational prestige on turnover intention was investigated. The sample of this study consists of 527 employees who work in different occupational groups in İstanbul transportation sector. 214 of the participants are taxi drivers, 251 of the participants are bus drivers and 62 of the participants are ship captains. According to the research results, it was determined that collective gratitude has a partially mediating role over the effects of occupational prestige on turnover intention. At the same time, mediation analysis were carried out for three occupational groups. In this direction, according to analysis of taxi drivers and ship captains, collective gratitude does not have mediating role over the effects of occupational prestige on turnover intention. In spite of this, as a result of the analysis of the bus drivers, collective gratitude has a partially mediating role over the effects of occupational prestige on turnover intention

Keywords: Occupational Prestige, Collective Gratitude, Turnover Intention, Transportation Sector.

* Bu çalışma Elif Habip'in "Mesleki Prestij ile İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişkide Kolektif Şükranın Aracılık Etkisi" isimli tez çalışmasından türetilmiştir.

1.Giriş

Günümüzde statü, itibar ve imaj kavramları araştırmacıların dikkatini çekmektedir. Bu kavramlara olan ilgi prestij kavramının tartışılması gerektiğini ortaya koymaktadır. Bunun yanı sıra, sanal yaşamın bir çıktısı olan fenomen olmak ve ardılları hem prestij kavramını hem de prestij kavramı çerçevesinde gelişen unsurları da etkilemektedir. Aynı zamanda, iş hayatında yer alan insanlar için de mesleki imaj algılarını benimsemeleriyle birlikte mesleki prestij kavramı önemli bir unsur olarak kabul görmektedir.

Toplum içinde mesleklere atfedilen değer ve bu doğrultuda meslek mensuplarının kendilerini konumlandırması sonucunda çalışanların mesleki prestij algıları oluşmaktadır. Bir başka ifadeyle, mesleki prestij çalışanın mesleğini değerlendirmesi sonucundaki algısıdır. Her meslek grubu veya meslek üyesinin mesleki prestij algıları aynı şekilde değildir. Aynı zamanda, çalışanların mesleki prestij algıları, onların mesleklerine bakışını ve mesleğine yönelik memnuniyetini de etkilemektedir. Eğer çalışanların mesleklerine yönelik olumsuz bir algısı varsa kişinin işinden duyduğu memnuniyet azalabilmekte ve hatta bu durum işten ayrılma niyetiyle sonuçlanabilmektedir.

Diğer taraftan, çalışanların kurum içinde devamlılığı onların işlerine ve örgütlerine yönelik pozitif tutumları ile mümkündür. Örneğin, şükran duygusu, bireylerin çeşitli olaylar karşısında gösterdiği pozitif bir tutumdur. Bu pozitif tutumun örgütsel boyutlarından biri ise kolektif şükrandır. Kolektif şükran, çalışanların örgüte minnet duyma duygusu doğrultusunda paylaştıkları pozitif bir tutum olup, işten ayrılma niyeti gibi olumsuz davranışları azaltabilmektedir. Günümüzde örgütlerin başarısı çalışanlarıyla anlam kazanmaktadır. Birçok başarılı işletme çalışan memnuniyeti, çalışan sermayesi, düşük devir hızı gibi göstergelerle ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda, hem çalışan hem de örgüt için işten ayrılma niyeti önemli bir konudur.

Özetle, çalışanlar, aldıkları ücret, gördükleri saygı ve statü çerçevesinde mesleklerini değerlendirir ve mesleki prestij algıları oluşur. Bu doğrultuda, çalışanın mesleki prestij algısı düşük olursa, işten ayrılma niyeti güdecektir. Başka bir deyişle, statüsünden tatmin olmayan çalışanın işten ayrılma niyeti artabilecektir. Ancak, çalışanın kolektif şükran duygusu yüksek olduğunda işten ayrılma niyeti azalacaktır. Çünkü kolektif şükran örgüt içinde oluşan pozitif tutum olduğundan çalışanların negatif tutumlarını ve işten ayrılma niyetlerini azaltabilecektir.

Bu bağlamda, bu çalışmada mesleki prestij, kolektif şükran ve işten ayrılma niyeti kavramlarına yer verilecek olup mesleki prestij işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde kolektif şükranın aracı rolünü tespit etmek amacıyla İstanbul ulaşımında görev yapan taksi şoförleri, otobüs şoförleri ve gemi kaptanlarına yönelik bir araştırma yer alacaktır.

2. Literatür Taraması

2.1. Mesleki Prestij Kavramı

Prestij kavramı Fransızca kökenli olup, Türk Dil Kurumu'na (TDK, 2017) göre “saygınlık” ifadesini karşılamaktadır. Prestij, toplumsal bir konum ve statü ile özdeşleşen bireyin, bireysel özelliklerinden ayrı olarak sahip olduğu saygınlıktır (Wegener, 1992:255).

Literatürde prestij kavramı yerine imaj ve statü kavramlarında kullanıldığı görülmektedir (Kalaycıoğlu vd., 2010:196; Grandy & Mavin, 2012:767; Ashforth vd., 2013:2429). Statü, toplumsal yapı içindeki bireyin yerini tanımlar (Gross, 1958:99). İmaj kavramı ise prestij kavramı gibi Fransızca kökenli olup, bireyin zaman içinde edindiği bilgileri değerlendirmesi ve bu değerlendirme sonucunda zihninde oluşan imgeler bütünüdür (Tolungüç, 2000:23).

Türkçe literatürde “prestij” ve “imaj” kelimeleri birbiri yerine kullanılmaktadır. İngilizce literatürde ise “imaj” ve “prestij” kavramlarının birbirinden farklı anlamlarda kullanıldığı görülmektedir. Hatta literatür incelendiğinde “prestij” kavramının “imaj” kavramının alt boyutu olarak ele alındığı görülmektedir (Lim vd., 2000:744).

Diğer taraftan, meslek kavramı “belirli bir eğitim sonucu kazanılan sistemli bilgi ve becerilere dayalı, insanlara yararlı mal üretmek, hizmet vermek ve karşılığında para kazanmak için yapılan, kuralları belirlenmiş iş” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2017).

Prestij ve meslek kavramlarını bir araya getiren “mesleki prestij” kavramı örgüt psikolojisi, sosyoloji ve işletme gibi birçok farklı alanda çalışılmaktadır. Aynı zamanda mesleki prestij’in farklı değişkenlerle ilişkisini araştıran çalışmalar literatürde yer almaktadır (Birnbaum & Somers, 1986:663; Lim vd., 2000:742; Akkol Gök & Derin, 2014:135; Çalbıyram & Gönenç, 2017:33).

Mesleki prestij kavramı, bireyin çeşitli etkenler sonucunda mesleği hakkında edindiği genel düşünce ve tutumu ifade eder (Seçer, 2007:243). Hem İngilizce hem de Türkçe literatürde, mesleki prestij, mesleki statü ve mesleki imaj kavramlarının aynı anlamlarda kullanıldığı görülmektedir (Grandy & Mavin, 2012:768; Ross, 1981:17; Kalaycıoğlu vd., 2010:185). Buna karşın, yukarıdaki açıklamanın aksine, mesleki statü ve mesleki imaj daha kapsamlı bir çatıyı oluşturur iken mesleki prestij mesleki imajın alt boyutu olarak değerlendirilmektedir (Seçer, 2007:243; Lim vd., 2000:742; Kalaycıoğlu vd., 2010:197; Birnbaum & Somers, 1986:663).

Mesleki prestij, meslek grubunda yer alan bireylerin iş ile ilgili tutumlarını etkilemesi açısından önemlidir (Lim vd., 2000:740). Bireyin mesleki prestij algısı, göreceli olarak toplumdaki diğer mesleklerle olan ilişkisini ortaya koyan bir mesleğin itibarı durumundan kaynaklanmaktadır (Hunt, 1993:5). Bu durum sonucunda ise bireyin zihninde mesleklere dair bir sıralama meydana gelir (Ross, 1981:39; Treiman, 2013:221).

Bu bağlamda, meslekler saygı, ün ve konumlarına göre bireylerin zihninde bir prestij sıralamasına sahiptir. Mesleki prestij algısının oluşmasında meslek içi prestij algısı da etkindir. Örneğin, meslek içi prestij öğretmenlerde, doktorlarda, askerlerde ve polislerde açıkça görülmektedir. Öğretmenlerin ve doktorların branşı, askerlerin hava, deniz ve kara şeklinde bölümlendirmesi ve polislerde ise özel hareket, narkotik vb. şeklinde sınıflandırma meslek içi prestij etkilemektedir. Ekonomik faktörler, meslek içi prestij, saygı ve ün birlikte değerlendirildiğinde bireyin mesleki prestij algısında bir bütünlük oluşturur (Seçer, 2007:247).

Özetle mesleki prestij kavramı, toplum tarafından mesleklere gösterilen itibar ve bu itibarın birey tarafından algılanması ve yorumlanması, toplum içinde mesleğini konumlandırması, bireylerin meslek tercihleri ve yaşam düzeylerini etkileyen bir kavram bütünüdür (Seçer, 2007:248; Kalaycıoğlu vd., 2010:197; Özen & Gülaçtı, 2006:55). Bir başka

ifadeyle, mesleki prestij çalışanların gördüğü itibar sonucunda zihinlerinde oluşan bir algıdır. Bu algı sonucunda, birey mesleğini iyi veya kötü olarak değerlendirmektedir (Ganzeboom & Treiman, 1996:209; Lim vd., 2000:740).

2.2. Kolektif Şükran Kavramı

“Şükran” kelimesinin İngilizce karşılığı “gratitude” olup, Latince kökenlidir (Emmons & McCullough, 2003:377). Şükran kavramı “gönül borcu” ve “minnet duyma” ifadelerini karşılamakta (Sheldon & Lyubomirsky, 2006:75) ve toplumsal yaşayış içinde olumlu bir duygunun dışa yansımasıdır (Fehr vd., 2017:361).

Bir başka tanıma göre, şükran, herhangi bir bireyin isteyerek bir şeye değer vermesi veya değer vermek için denemede bulunduğu hissettiği olumlu duygudur. Bu tanım, şükran duygusunun birey tarafından gerçekleştirildiğini ya da bireyin gerçekleştirme niyetinin olduğunu ortaya koymaktadır (Bartlett & DeSteno, 2006:320). Aynı zamanda, şükran duygusu bireyin ortaya koyduğu yararlı ve yapıcı bir tutumdur (Müceldili vd., 2015:94).

Türk Dil Kurumu tarafından yayınlanan sözlükte kolektif kavramı “birçok kimseyi ve nesneyi içine alan, birçok kişi ve nesnenin bir araya gelmesi sonucu olan” şeklinde tanımlanmıştır (TDK, 2017). Ayrıca kolektif kavramı toplu ve topluluk anlamlarını karşılamaktadır. Bu bağlamda, kolektif kelimesi önüne geldiği ifadeleri toplu anlamı ile nitelendirmektedir (Akgün vd., 2016:102; Fehr vd., 2017:364; Çalık vd., 2012:2490).

Şükran kavramını örgütsel düzeyde ele alan kavram “kolektif şükran”dır (Müceldili vd., 2015:94; Çalık vd., 2012:2489). Kolektif şükran kavramı İngilizce literatürde ise “collective gratitude” olarak ifade edilmektedir (Akgün vd., 2016:103).

Şükran kavramı, kurumlar için dikkat çekici ve bir o kadar da önemli konulardan biridir. Kolektif şükran, genel olarak insan kaynakları departmanının çalışanlardan bir beklentisi olarak görülmektedir. Örgütlerde insan faktörü ne kadar ön planda tutulur ve önemli kılınırsa şükran kavramı da kurumlarda o derece etkin ve önemli bir konuma sahip olmaktadır (Fehr vd., 2017:371).

Kolektif şükran kavramına yönelik literatürde sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. İngilizce literatürde şükran kavramına yönelik çalışmalar olmasına karşın örgütsel boyutu ele alan “kolektif şükran” kavramına yönelik yapılan çalışmalar oldukça kısıtlıdır. Bunu yanı sıra, Türkçe literatürde ise kolektif şükran kavramını inceleyen çok az sayıda çalışma mevcuttur (Akgün vd., 2016:102; Yıldız & Çakı, 2016; Yıldız vd., 2017:42; Yıldız & Arda, 2018:141).

Kolektif şükran bir grupta, kurumda yönetici tarafından gösterilen babacan tavır, takdir beyanı ve tüm olumlu yansımaların sonucu bireyin sahip olduğu ve gösterdiği pozitif tutumlardır (Yıldız vd., 2017:47). Bu bağlamda, kolektif şükran örgütsel bir davranıştır. Çalışanlar, yöneticilerini birer hayırsever olarak görüp şükranını hem sözlü olarak hem de davranışlarıyla göstermektedir (Eisenberg vd., 1991:852).

Aynı zamanda, kolektif şükran pozitif örgütsel bilim çerçevesinde değerlendirilen bir kavramdır (Müceldili vd., 2015:92). Pozitif örgütsel bilim ise, örgütlerin ve üyelerinin güçlü ve pozitif yönleriyle ilgilenmekte olup örgütleri dinamikleştiren ve sürekliliğini sağlayan

çalışmaları ön plana almaktadır (Cameron & Dutton, 2003:4). Bu bağlamda, kolektif şükran örgüt içinde pozitif duygular kazandırır ve örgütün gelişmesini sağlamaktadır (Akgün vd., 2016:105; Verhoef, 2014:537).

Örgütler için kolektif şükranın bir kez oluşturulmuş olması önemlidir. Çünkü, kolektif şükran bir kez oluştuktan sonra çalışanlar örgütleriyle bütünleşir (Fehr vd., 2017:365; Ferris vd., 1998:239). Bir diğer ifadeyle, kolektif şükran, sosyal etkileşim ve değişim yoluyla alt yönetimden üst yönetime doğru gerçekleşen süreçler sonucunda oluşmaktadır (Kozlowski, 2012:267). Kolektif şükranın bu oluşumu, bireysel düzeydeki kalıcı şükranın artmasını sağlamakta ve uzlaşma sonucu örgütsel düzeyde bir kompozisyon oluşturmaktadır. Bu bağlamda, bireysel bir duygu olan şükran dışında örgüt seviyesinde oluşan kolektif şükran, örgüt üyeleri tarafından paylaşılan kalıcı şükranı ifade etmektedir (Fehr vd., 2017:364-365).

Kısaca kolektif şükran, bir örgütün ahlaki ve insana değer veren anlayışla yönetilmesi sonucunda, çalışanların örgütlerine minnet duyması olarak tanımlanan pozitif yönlü bir örgütsel davranıştır.

2.3. İşten Ayrılma Niyeti Kavramı

Yönetim kavramının olduğu her yerde insan ve insana özgü değerler ele alınmaktadır (Arikboğa, 2013:3). Bir yönetimde insanlar belirli bir konuma sahip ise o konumun gerektirdiği sorumluluğa da sahiptir (Doğan & Kılıç, 2007:48). Sorumluluk sahibi birey tüm unsurları dikkate alarak hem örgütü hem de kendisi için değerlendirmelerde bulunarak karar alır (Arikboğa, 2013:144). Bu bağlamda, işten ayrılma niyeti çalışanların vereceği en önemli kararlardan biri olarak değerlendirilebilir. Bu bağlamda, işten ayrılma niyeti bilinçli ve temkinli bir karar verme sürecidir (Barlett, 1999:70).

İşten ayrılma niyeti kavramına dair birçok tanım bulunmaktadır. Tanımlarda bireyin işten ayrılma niyeti iş yerine, yöneticiye, iş memnuniyetsizliğine hatta bireyin başarı düzeyine göre değişebilmektedir (Habib vd., 2010:214; Tett & Meyer, 1993:262; Polat & Meydan, 2010:153).

İşten ayrılma niyeti, birey üzerinde etkisini hissettiren bir düşünce sürecidir. Çalışanın işten ayrılma davranışını göstermesi ise bu süreçle bağlıdır (Tett & Meyer, 1993:260). Bir başka ifadeyle, işten ayrılma niyeti, bireyin bilinçli olarak işini değiştirmek istemesi veya başka bir iş bulmaya yönelme isteğidir (Purani & Shadav, 2008:479).

Ülke, sektör, toplumsal yapı ve kurumun itibarı hakkında yapılan yorumlar işten ayrılma niyetini etkilemektedir (Habib vd., 2010:216; Blau & Kahn, 1981:564). Bu nedenle işten ayrılma niyeti, farklı disiplinlerde de ele alınan bir kavramdır (Koçoğlu, 2012:89). Örneğin, işten ayrılma niyeti ekonomi biliminde iş gücü devir oranını etkilemesi açısından önemlidir ve özellikle bu sebepten dolayı incelenmektedir (Tuna, 2007:45).

Diğer taraftan, işgücü devir oranı, bir kurumdaki işgücünün örgütten ayrılma veya örgüte katılma davranışlarının oransal sonucudur (Tuna, 2007:45). Bir kurumda işe alım ve işten ayrılma oranlarının yüksek olması, kurumun olumsuz yönde etkilenmesine neden olmaktadır (Ağdelen & Erkut, 2010:67). Örneğin, işgücü devrinin artması, işe alım süreci ve eğitimden kaynaklı maliyetlerin yükselmesine neden olmaktadır (Stiglitz, 1974:195). Lakin, işgücü devir

oranı sonuçlarının olumsuz etkisi sadece maliyet açısından değerlendirilmemelidir (Ming Z. vd., 2006:231). Bunun yanı sıra, işgücünün, işten ayrılması işletmelerin sahip olduğu en önemli kaynaklardan biri olan entelektüel sermayenin kaybına da neden olmaktadır (Görmüş, 2009:67).

İşten ayrılma davranışına yol açabilen işten ayrılma niyeti birçok nedenden kaynaklanmaktadır. Bu doğrultuda işten ayrılmaya sebep olan nedenler; stres, iş tatmininde azalma, düşük örgütsel bağlılık, kendini üstün görme ve yönetici desteğinin olmaması şeklinde sıralanabilir (Ming Z. vd., 2006:232; Tett & Meyer, 1993:260; Yıldız vd., 2017:46).

İşten ayrılma niyeti ile işten ayrılma arasındaki ilişki birçok çalışmada desteklenmesine karşın, işten ayrılma niyeti ile işten ayrılma davranışının kesin olarak öngörülemediği bilim insanları arasında tartışma kaynağıdır (Cohen, 2014:27). Bu tartışmanın sebebi ise çalışmalarda araştırmacıların gerçek davranışlardan ziyade çalışanların niyetini ölçmesinden kaynaklanmaktadır (Kirschenbaum & Weisberg, 1990:829).

Yukarıda yer alan ifadeler doğrultusunda, bireyin fiilen işten ayrılması ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkiyi ifade etmek güçtür. Bu güçlüğün nedeni; niyet-davranış bağlantısı, işgücü piyasasındaki ve aile statüsündeki değişiklikler gibi dışsal faktörler belirtilebilir (Cohen, 2014:30; Selden & Moynihan, 2000:65).

İşten ayrılma niyeti, iş dünyasında gösterdiği etkiler sebebiyle sürekli çalışma konusu olmuş ve halen de çalışılmaktadır. Genelde, işten ayrılma niyeti kavramı üzerine yapılan çalışmalar, işten ayrılma niyetinin olumsuz etkilerini incelemektedir (Armstrong-Stassen & Ursel, 2009:201). Diğer taraftan, işten ayrılma niyeti ve bu niyetin bir sonucu olan işten ayrılma kimi zaman olumlu sonuçlar da doğurmaktadır (Koçoğlu, 2012:96). Örgüte olumsuz enerji veren, işini layıkıyla yapmayan ve kuruma maliyet getiren bireyin işten ayrılması ya da boşalan kadroya yeni gelen bireyin kuruma getireceği yeni fikir ve sinerji işten ayrılmanın pozitif sonuçları olarak değerlendirilmektedir (Habib vd., 2010:218).

Yukarıda sayılan tüm sebeplerden dolayı, örgütler ve bilim insanları işten ayrılma niyeti üzerine yoğun olarak çalışmalarını yapmaya devam etmektedir. Kısaca, işten ayrılma niyeti hem örgütü hem bireyi etkileyen bir tutum olup çoğunlukla olumsuz sonuçların oluşmasına neden olmaktadır. İşten ayrılma niyeti, olumsuz sonuçlarının fazla olması ve örgütte oluşturduğu maliyet sebebiyle sürekli kontrol edilmesi gereken bir durumdur. Aksi takdirde devamsızlık ve işgücü devir oranında artışlara neden olmakta ve bu durum örgütlerin performansını olumsuz yönde etkilemektedir.

2.4. Mesleki Prestij, Kolektif Şükran ve İşten Ayrılma Niyeti İle İlgili Yapılan Çalışmalar

Bu bölümde yapılan literatür taraması sonucunda mesleki prestij, kolektif şükran ve işten ayrılma niyeti kavramları arasındaki ilişkiyi ortaya koyan çalışmalara yer verilmiştir. Burada sınırlı çalışmaya yer verilmesinin nedeni mesleki prestij ve kolektif şükran kavramlarının literatürde yeni çalışmaya başlanmasından kaynaklanmaktadır.

Lim & Yuen (1997) Singapur'da 771 hemşire üzerine yaptıkları çalışmada mesleki prestijin işten ayrılma niyeti üzerinde negatif yönlü etkisi olduğunu belirtmiştir.

Lim vd., (2000), Singapur'da görev yapan 467 polis memuru üzerine yaptıkları çalışmada mesleki prestijin işten ayrılma niyeti üzerinde negatif yönlü etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Saltık vd., (2016) Muğla'da yer alan otellerde görev yapan 435 çalışan üzerinde yaptıkları çalışmada mesleği bırakma niyeti ile mesleğin sosyal statüsü arasında ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışma incelendiğinde, mesleğin sosyal statüsünden kast edilenin mesleki prestij, mesleği bırakma niyetinden kast edilenin ise işten ayrılma niyeti olduğu görülmüştür. Çalışma sonucuna göre mesleği bırakma niyeti ile mesleğin sosyal statüsü arasında negatif yönlü ilişki görülmüştür.

Yıldız vd., (2017) İstanbul ilinde farklı sektörlerde görev yapan 178 çalışan üzerinde yaptıkları çalışmada kolektif şükran ile işten ayrılma niyeti arasında negatif yönlü ilişki olduğu tespit edilmiştir.

3. Araştırmanın Yöntem Bilimi

3.1. Araştırmanın Önemi ve Amacı

Örgütlerin en önemli kaynaklarından biri sahip olduğu insan kaynağıdır. Günümüzde entelektüel sermaye olarak ifade edilen insan kaynağının önemi her geçen gün artmaktadır. Bu nedenle örgütlerin önemli kaynaklarından biri olan insanın istihdamının sürdürülebilirliğini sağlamak adına atılan adımlar ve geliştirilen örgütsel davranışlar bulunmaktadır.

Örgütler gerek nitelikli işgücünü elinde tutarak gerek işgücü devir hızının düşük olmasını sağlayarak stratejik üstünlük sağlamanın temel noktası olan insan kaynağının örgütte tutulabilmesi adına işe alım süreçlerine özen göstermektedir. Bu nedenle, işe alım sürecinde, mesleğini seven ve etkin bir şekilde mesleğini icra eden kişinin seçilmesi yönünde karar verilmektedir. Bir başka ifadeyle, mesleğin konumu ve zorluğu ne olursa olsun, mesleğine yönelik olumlu duygular besleyen kişinin istihdam edilmesi örgütler açısından önemlidir. Bu bağlamda, bireyin mesleğine ilgisi yüksekse işine bağlılığı artar, çalıştığı ortama ve mesleğine yönelik algısı da olumlu yönde gelişir.

Çalışanların mesleklerine yönelik algısı olan mesleki prestij algıları her meslek grubunda aynı değildir. Mesleki prestijin aynı düzeyde algılanmaması toplum tarafından her mesleğe farklı değer verilmesinden kaynaklanmaktadır. Bir başka deyişle, çalışanların mesleki prestij algıları, toplumdan gördükleri itibar doğrultusunda şekillenmektedir.

Toplumdan gördüğü değer sonucunda mesleki prestijini yüksek algılayan çalışan daha pozitif bir bakış açısı ile işine yaklaşacaktır. Her meslekte aynı düzeyde mesleki prestij algısının olmaması çalışanların mesleklerine yönelik farklı tutum sergilemesine neden olur. Aynı zamanda, mesleki prestij algısı yüksek olan bir çalışana yönelik gerçekleştirilecek davranış, çalışanın örgütüne yönelik kolektif şükran duygusunu da etkileyecektir. Kolektif şükran çalışanların örgütlerine minnet duymasıdır. Bu bağlamda, kolektif şükran duygusu örgüt içinde iyi olan uygulamalara yönelik olumlu duygu durumu olup çalışanların olumlu davranış ve tutumlarını artırmaktadır. Pozitif bir tutumu ifade eden kolektif şükran kavramı çalışanların iş tatminini ve işe bağlılığını artıracak ve işten ayrılma niyetini azaltacaktır.

Diğer taraftan, çalışan mesleğinin toplumdaki yerini iyi olarak algılıyorsa mesleki prestiji yüksek olacaktır. Mesleki prestiji yüksek olan çalışan ise işine daha fazla bağlanır ve emek verir. İşine bağlı olan, işini hayatının bir parçası olarak gören kişinin işten ayrılma niyeti düşük olacaktır. Bunun yanı sıra, çalışan örgütüne minnet duyuyorsa kolektif şükran duygusu artar ve örgüt içinde pozitif duygu durumu yaşar. Bu doğrultuda motivasyon ve bağlılığı artan çalışanın işten ayrılma niyeti düşecektir.

Özetle bu çalışmanın amacı mesleki prestijin işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde kolektif şükranın aracılık rolünü tespit etmektir. Mesleki prestij ve kolektif şükran kavramları literatürde pek fazla ele alınmamıştır. Mesleki prestij ve kolektif şükran kavramlarının ulaşım sektöründe çalışılmamış olması bunun yanı sıra çalışmanın üç ayrı meslek grubu (taksi şoförleri, otobüs şoförleri ve gemi kaptanları) ile gerçekleştirilmiş olması bu çalışmanın özgünlüğünü ortaya koymaktadır.

3.2. Araştırmanın Kapsamı

Bu araştırma 2018 yılında İstanbul’da ulaşım sektöründen üç ayrı meslek grubu üzerinde gerçekleştirilmiştir. Çalışmaya dâhil edilen meslek grupları; taksi şoförleri, otobüs şoförleri ve gemi kaptanlarıdır.

Taksi şoförlerine yönelik anket uygulaması, Atatürk Havalimanı Taksiciler Kooperatifi bünyesinde çalışan taksi şoförleri ile yüz yüze gerçekleştirilmiştir. 2018 yılı Ocak ayında Kooperatif bünyesinde 452 taksi şoförü çalıştığı bilgisi edinilmiştir. Anakütle üzerinde örnekleme hesabına göre 452 örnek büyüklüğü %95 güven sınırları içerisinde ve %5 anlamlılık düzeyinde 208 olarak hesaplanmıştır. Taksi şoförlerine yönelik anket uygulaması gönüllülük esasına dayalı olarak gerçekleştirilmiş olup 214 kişi araştırma kapsamına alınmıştır.

Otobüs şoförlerine yönelik anket uygulaması, İstanbul ulaşımında görev alan erguvan renkli otobüslerin şoförleri ile yüzyüze gerçekleştirilmiştir. 2018 yılı Ocak ayında İstanbul Ulaşım A.Ş.’den elde edilen bilgiye göre erguvan otobüslerinde 700 kişinin çalıştığı bilgisi edinilmiştir. Anakütle üzerinde örnekleme hesabına göre 700 örnek büyüklüğü %95 güven sınırları içerisinde ve %5 anlamlılık düzeyinde 248 olarak hesaplanmıştır. Otobüs şoförlerine yönelik anket uygulaması gönüllülük esasına dayalı olarak gerçekleştirilmiş olup 251 kişi araştırma kapsamına alınmıştır.

Gemi kaptanlarına yönelik anket uygulaması, İstanbul’un deniz ulaşımında görev yapan ve Şehir Hatları bünyesinde çalışan gemi kaptanları ile yüzyüze gerçekleştirilmiştir. 2018 yılı Ocak ayında bahsi geçen kurumda 62 kaptanın çalıştığı bilgisi edinilmiştir. Gemi kaptanlarına yönelik anket uygulaması gönüllülük esasına dayalı olarak gerçekleştirilmiş olup 62 gemi kaptanının tamamı araştırma kapsamına alınmıştır.

Araştırmada taksi şoförleri, otobüs şoförleri ve gemi kaptanlarının seçilme nedeni; bu meslek gruplarının toplumun büyük bir çoğunluğuna hizmet etmeleri ve bu meslek gruplarının toplum ile sürekli etkileşim içerisinde olmalarıdır. Bu bağlamda, bu meslek gruplarına yönelik toplumun hemen hemen her kesimi tarafından bir mesleki imaj algısı vardır. Toplum nezdinde oluşan mesleki imaj algısının farkında olmaları, bu meslek gruplarının mesleki prestij algısını ölçmeyi de kolaylaştıracakı düşünülmektedir. Bunun yanı sıra, bu meslek gruplarının meslek

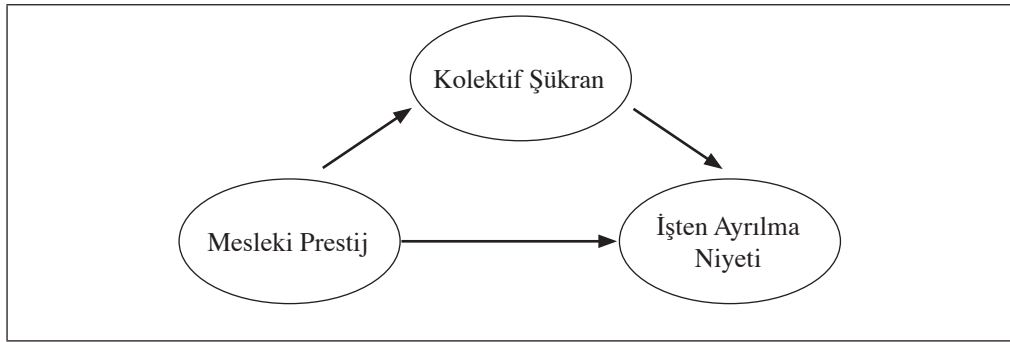
odası, sendika ve derneklerinin bulunması, meslek tanımlarının belirgin olması nedeniyle çalışma kapsamına taksi şoförleri, otobüs şoförleri ve gemi kaptanları alınmıştır.

3.3. Araştırmanın Değişkenleri, Modeli ve Hipotezleri

Bu çalışma kapsamında ele alınan değişkenler; bağımsız, bağımlı ve aracı değişken olarak sırasıyla mesleki prestij, işten ayrılma niyeti ve kolektif şükranıdır.

Bu bağlamda, bu çalışmada mesleki prestij işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde kolektif şükranın aracılık rolü olabileceği görüşünden hareketle araştırma modeli geliştirilmiş olup, Şekil 1’de gösterilmiştir.

Şekil 1: Araştırmanın Modeli



Araştırmanın amacı doğrultusunda aşağıdaki hipotez kurulmuştur:

H₁: Mesleki prestij işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde kolektif şükranın aracılık rolü vardır.

3.4. Değişkenlere İlişkin Ölçme Araçları

Çalışmada kullanılan ölçekler, detaylı bir literatür taramasından sonra belirlenmiş olup yazında geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanmış ölçekler kullanılmıştır.

Anket formunun birinci bölümünde, çalışanların mesleki prestij algılarına yönelik ifadeler yer almaktadır. Mesleki prestij ölçeğinde Lim vd., (2000) tarafından geliştirilen mesleki imaj ölçeğinde yer alan mesleki prestij boyutu ifadeleri kullanılmıştır. Lim ve diğerleri mesleki imaj ölçeğini anket çalışması ve odak grup görüşmeleri sonucunda geliştirmişlerdir. Tüm meslek gruplarının mesleki imajını ölçen çeşitli ölçekler incelenerek, toplam 44 soruluk mesleki imaj ölçeğini geliştirmişlerdir. Mesleki imaj ölçeği dört boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutlar mesleki prestij, dürüstlük, mesleki yetkinlik ve rutin olmayan iş doğası şeklindedir (Lim vd., 2000:744). Lim ve diğerleri’nin geliştirdiği ölçek yazında farklı çalışmalarda kullanılmıştır (English vd., 2010:398; Ercikti, 2008:55). Bu çalışma kapsamında, mesleki prestij kavramı incelendiği için bahsi geçen ölçeğin bu dört boyuttan biri olan mesleki prestij boyutunda yer alan 14 ifade kullanılmıştır. Ölçekte yer alan 4., 5., 6., 7., 9., 11., 13., 14. ifadeler ters yönlü olup puanlamaları da tersine yapılmıştır.

Anket formunun ikinci bölümünde Akgün vd., (2016) tarafından geliştirilen kolektif şükran ölçeği kullanılmıştır. Akgün vd., (2016) bu ölçeği Hinkin'in (1995:969) tümdengelim ve tümevarım yaklaşımından esinlenerek geliştirmişlerdir. Ölçek geliştirme sürecinde çalışanlara tümdengelim yaklaşımında kariyer gelişimleri, örgütsel karara katılımları, üst yönetimle açık iletişim, eğitim, ödül, fayda gibi konularla ilgili sorular sorulmuştur. Tümevarım yaklaşımında ise katılımcılara örgütlerine yönelik tecrübeleri doğrultusunda kolektif şükranı tanımlamaları istenmiştir. Sorulan sorular, tanımlamalar ve örgütlerine yönelik tecrübeleri doğrultusunda alınan geri dönüşler sonucunda, başlangıçta 29 ifadeli olarak hazırlanan ölçek, 12 ifadeli son halini almıştır. Kolektif şükran ölçeğinde, çalışanların kariyer gelişimi, üst yönetimle açık iletişim kurmaları, eğitimler, ödüller ve örgütsel karar vermeye katılımları belirlemeye yönelik ifadeler yer almaktadır (Akgün vd., 2016:110). Akgün vd.,'nin geliştirdiği ölçek yazında farklı çalışmalarda kullanılmıştır (Müceldili vd., 2015:95; Yıldız & Çakı, 2016; Yıldız vd., 2017; Yıldız & Arda, 2018).

Anket formunun üçüncü bölümünde ise işten ayrılma niyeti ölçeğine yönelik ifadeler yer almaktadır. Bu ölçek 1979 yılında Mobley tarafından geliştirilmiştir. Mobley'in geliştirdiği ölçek farklı çalışmada kullanılmıştır (Berry, 2010; Koçoğlu, 2013; Udechukwu, 2006). İşten ayrılma niyeti ölçeğinin Türkçe'ye uyarlanmasında Koçoğlu'nun (2012) doktora tezinden yararlanılmıştır.

Demografik soruların oluşturduğu son bölümde katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, aylık ücreti, çalışma hayatı kıdemi, mevcut kurum kıdemi ve mevcut yöneticiyle çalışma kıdemi belirlemeye yönelik ifadeler yer almaktadır.

Anket formu, demografik ifadeler haricinde, 5'li likert ölçeğine göre derecelendirilmiştir. 5'li likert ölçeğine göre derecelendirmeler; Kesinlikle Katılmıyorum (1), Katılmıyorum (2), Kararsızım (3), Katılıyorum (4), Kesinlikle Katılıyorum (5) şeklinde sıralanmıştır.

4. Bulgular

4.1. Demografik Özelliklere Yönelik Bulgular

Bu bölümde katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Tablo 1'e göre araştırma kapsamına alınan 527 katılımcının demografik özelliklerinin yüzde dağılımı şu şekildedir: Katılımcıların tamamı erkektir. Katılımcıların % 5,3'ü 26-30 yaş, % 8,3'ü 31-35 yaş, % 24,7'si 36-40 yaş, % 28,4'ü 41-45 yaş, % 14,3'ü 46-50 yaş ve % 19'u 51 yaş ve üzeridir. Katılımcıların % 90,7'si evli, % 9,3'ü ise bekârdır. Ankete katılanların % 56,4'ü ilköğretim, % 36,2'si lise, % 2,1'i ön lisans, % 4,6'sı lisans ve % 0,7'si yüksek lisans mezunudur. Katılımcıların % 14'ü 2000₺ ve altı, % 69,5'i 2001₺-4000₺ arasında, % 12,5'i 4001₺-6000₺ arasında ve % 4'ü 6001₺ ve üzeri aylık ücret aldıklarını belirtmişlerdir. Cevaplayıcıların % 12,5'i 1-15 yıl, % 21,3'ü 16-20 yıl, % 26'sı 21-25 yıl, % 22'si 26-30 yıl ve % 18,2'si 31 ve üzeri yıl çalışma hayatı kıdemiye sahip olduklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların % 1,3'ü 1 yıldan az, % 13,7'si 1-2 yıl arasında, % 19,7'si 3-4 yıl arasında, % 17,6'sı 5-6 yıl arasında ve % 47,7'si 7 ve üzeri yıl mevcut kurum kıdemiye sahip olduklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların % 11,1'i 1 yıldan az, % 19,9'u 1-2 yıl arasında, % 21,4'ü 3-4 yıl arasında, % 16,9'u 5-6 yıl arasında ve % 30,7'si 7 ve üzeri yıl mevcut yöneticileriyle çalıştıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Faktörler	Katılımcılar		Taksi Şoförleri		Otobüs Şoförleri		Gemi Kaptanları	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Cinsiyet								
Kadın	0	0	0	0	0	0	0	0
Erkek	527	100	214	100	251	100	62	100
Yaş								
21-25	2	0	2	0	0	0	0	0
26-30	28	5,3	10	4,8	18	7,2	0	0
31-35	44	8,3	18	8,6	25	10	1	1,6
36-40	129	24,7	41	19,4	68	27,1	20	32,2
41-45	149	28,4	53	24,9	61	24,3	35	56,5
46-50	75	14,3	31	14,5	38	15,1	6	9,7
51 ve üzeri	100	19	59	27,8	41	16,3	0	0
Medeni Durum								
Evli	478	90,7	183	85,5	239	95,2	56	90,3
Bekâr	49	9,3	31	14,5	12	4,8	6	9,7
Eğitim Durumu								
İlköğretim	296	56,4	107	50	189	75,3	0	0
Lise	192	36,2	92	43	56	22,3	44	71
Ön Lisans	11	2,1	4	1,9	2	0,8	5	8,1
Lisans	24	4,6	8	3,7	4	1,6	12	19,4
Yüksek Lisans	4	0,7	3	1,4	0	0	1	1,5
Aylık Ücret								
2000₺ ve altı	74	14	64	29,9	10	4	0	0
2001₺-4000₺	366	69,5	122	57	236	94	8	12,9
4001₺-6000₺	66	12,5	18	8,4	4	1,6	44	71
6001₺ ve üzeri	21	4	10	4,7	1	0,4	10	16,1
Çalışma Hayatı Kıdemi								
1-15 yıl	66	12,5	37	17,3	30	12	0	0
16-20 yıl	112	21,3	42	19,6	58	23,1	14	22,6
21-25 yıl	137	26	43	20,1	67	26,7	27	43,5
26-30 yıl	116	22	44	20,6	49	19,5	21	33,9
31 ve üzeri	96	18,2	48	22,4	47	18,7	0	0
Mevcut Kurum Kıdemi								
1 yıldan az	7	1,3	3	1,4	4	1,6	0	0
1-2 yıl	72	13,7	15	7	56	22,3	1	1,6
3-4 yıl	104	19,7	27	12,6	77	30,7	0	0
5-6 yıl	93	17,6	34	15,9	59	23,5	0	0
7 ve üzeri	251	47,7	135	63,1	55	21,9	61	98,4
Mevcut Yönetici ile Çalışma Kıdemi								
1 yıldan az	58	11,1	3	1,4	36	14,3	19	30,6
1-2 yıl	105	19,9	21	9,8	58	23,1	26	41,9
3-4 yıl	113	21,4	31	14,5	74	29,5	8	12,9
5-6 yıl	89	16,9	37	17,3	46	18,3	6	9,7
7 ve üzeri	162	30,7	122	57	37	14,8	3	4,9

n:527

4.2. Faktör ve Güvenilirlik Analizi

Mesleki prestij ölçeğinin KMO değeri 0,95, Barlett testi 0,000; kolektif şükran ölçeğinin KMO değeri 0,94, Barlett testi 0,000; işten ayrılma niyeti ölçeğinin KMO değeri 0,76, Barlett testi 0,000'dır. Bu değerler dikkate alındığında, eldeki veri grubunun faktör analizi için uygun olduğu görülmüştür (Durmuş, 2011:80).

Mesleki prestij ölçeğinin açıkladığı toplam varyans %59,67; kolektif şükran ölçeğinin %62,92; işten ayrılma niyeti ölçeğinin ise % 87,01'dir.

Mesleki prestij ölçeğinin Cronbach Alpha katsayısı 0,96; kolektif şükran ölçeğinin 0,94; işten ayrılma niyeti ölçeğinin 0,93'dür. Bu değerler, tüm ölçeklerin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir (Cronbach,1951:328).

Dolayısıyla uygulanan faktör ve güvenilirlik analizleri sonucunda mesleki prestij ölçeği orijinal ölçekteki gibi 14 ifadeli tek boyutlu, kolektif şükran ölçeği orijinal ölçekteki gibi 12 ifadeli tek boyutlu, işten ayrılma niyeti ölçeği orijinal ölçekte olduğu gibi 3 ifadeli ve tek boyutlu bir yapı oluşturmuştur.

4.3. Araştırmanın Değişkenlerine İlişkin Ortalama Değerler

4.3.1. Mesleki Prestij Ölçeğine İlişkin Ortalama Değerler

Mesleki prestij ölçeğinde yer alan ifadelerle ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2'de görüldüğü üzere, mesleki prestij ölçeğine yönelik genel ortalama değer 2,38'dir. Bu değer katılımcıların mesleki prestij algısının genel olarak düşük düzeyde olduğunu göstermektedir.

Bunun yanı sıra, meslekler arası ortalamalar dikkate alındığında, katılımcıların mesleki prestij algıları yüksekte düşüğe doğru sıralandığında gemi kaptanları, otobüs şoförleri ve taksi şoförleri şeklindedir.

Tablo 2: Mesleki Prestij Değişkenlerine İlişkin Ortalama Değerler

Mesleki Prestij	Mesleki Prestij		Taksi Şoförü		Otobüs Şoförü		Gemi Kaptanı	
	ort.	ss.	ort.	ss.	ort.	ss.	ort.	ss.
MP1: ...lık mesleği toplumda yüksek derecede saygın bir meslektir.	2,11	1,27	1,86	1,07	1,69	0,75	4,63	0,58
MP2:Ulaşım sektöründe bir kariyer kesinlikle dikkate alınmaya değerdir.	2,71	1,13	2,42	1,21	2,54	0,73	4,39	0,64
MP3:lık mesleği terfi için iyi fırsat sunar.	2,13	1,12	1,81	1,09	1,97	0,73	3,92	0,83
MP4:Toplumları genellikle küçümsemektedir. (R)	2,02	1,12	1,72	0,99	1,78	0,72	4,05	0,71
MP5:lık mesleğinin statü ve prestiji düşüktür. (R)	2,25	1,18	1,77	0,99	2,13	0,78	4,40	0,73
MP6:lık mesleği genellikle diğer ulaşım sektöründeki mesleklerden daha az prestijlidir. (R)	2,38	1,14	1,90	1,07	2,35	0,83	4,18	0,66
MP7: Çoğu ebeveynler çocuğununlık mesleğini seçmesini istememektedir. (R)	1,61	0,91	1,45	0,86	1,41	0,63	3,02	0,86
MP8:lık mesleği tatmin edici bir iştir.	2,46	1,07	2,14	1,07	2,33	0,80	4,03	0,60
MP9: Özündelar sadece övülen ulaşım görevlileridir. (R)	2,59	1,16	2,27	1,24	2,49	0,85	4,08	0,73
MP10:Günümüzde ulaşım sektöründe bir iş, diğer iş fırsatlarından daha iyidir.	2,63	1,01	2,39	1,06	2,64	0,90	3,42	0,84
MP11.lık pis iştir. (R)	2,68	1,28	2,70	1,33	2,21	0,81	4,50	0,95
MP12:lar, ulaşım sektöründe saygın bir topluluktur.	2,61	1,13	2,24	1,09	2,50	0,82	4,37	0,61
MP13:lar genellikle çok yüksek maaş almazlar. (R)	1,89	0,91	1,64	0,89	1,80	0,67	3,14	0,81
MP14: Genellikle toplum ... dan şüphe duyar. (R)	3,22	1,03	2,86	1,13	3,34	0,86	3,98	0,73
Mesleki Prestij Ortalama	2,38	1,10	2,08	1,08	2,23	0,78	4,01	0,73

MP: Mesleki prestij; ort: Ortalama değerler; R: Reverse; ss: Standart sapma

Anket formunda yer alan yerine taksi şoförü, otobüs şoförü ve gemi kaptanı kelimeleri yer almaktadır.

4.3.2. Kolektif Şükran Ölçeğine İlişkin Ortalama Değerler

Kolektif şükran ölçeğinde yer alan ifadelerle ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 3'te gösterilmektedir.

Tablo 3: Kolektif Şükran Değişkenlerine İlişkin Ortalama Değerler

Kolektif Şükran	Kolektif Şükran		Taksi Şoförü		Otobüs Şoförü		Gemi Kaptanı	
	ort.	ss.	ort.	ss.	ort.	ss.	ort.	ss.
KŞ1: Kariyer gelişimimizi önemseydiği için kurumumuza minnet duyarız.	2,77	1,21	2,96	1,31	2,27	0,87	4,08	0,77
KŞ2: Üst yönetimle açık iletişim kurmamızı sağladığı için kurumumuza minnet duyarız.	2,83	1,27	3,13	1,45	2,28	0,87	4	0,75
KŞ3: Örgütsel karar verme sürecine katılımımızı cesaretlendirdiği için kurumumuza minnet duyarız	2,66	1,23	3,09	1,32	2,01	0,84	3,79	0,68
KŞ4: Etik ve ahlaki davranışa ilişkin politikaları izlediği için kurumumuza minnet duyarız.	3,20	1,18	3,12	1,41	3,01	0,90	4,24	0,64
KŞ5: Fark etmeden yaptığımız hatamızı affettiği için kurumumuza minnet duyarız.	2,92	1,13	2,91	1,41	2,78	0,82	3,48	0,94
KŞ6: Yaptığımız işleri takdir ettiği için kurumumuza minnet duyarız.	2,72	1,19	2,92	1,44	2,31	0,81	3,64	0,77
KŞ7: Bize ve çalışma arkadaşlarımıza benzer biçimde adilce davrandığı için kurumumuza minnet duyarız.	2,77	1,18	2,82	1,46	2,57	0,84	3,43	1
KŞ8: Kapsayıcı sağlık hizmeti ve tıbbi yardımlar sağladığı için kurumumuza minnet duyarız.	2,38	1,16	2,43	1,37	2,07	0,74	3,45	1,07
KŞ9: Performansımız hakkında geri bildirim sağladığı için kurumumuza minnet duyarız.	2,50	1,07	2,56	1,34	2,25	0,67	3,31	0,90
KŞ10: Fikirlerimizi önemseydiği için kurumumuza minnet duyarız.	2,49	1,12	2,69	1,35	2,03	0,60	3,64	0,79
KŞ11: İhtiyaç ve isteklerimizi önemseydiği için kurumumuza minnet duyarız.	2,46	1,15	2,62	1,37	2,01	0,63	3,74	0,74
KŞ12: Bizi gelecekteki görevlere yetiştirdiği için kurumumuza minnet duyarız.	2,54	1,11	2,62	1,27	2,21	0,80	3,64	0,87
Kolektif Şükran Ortalama	2,69	1,17	2,82	1,37	2,32	0,78	3,70	0,82

KŞ: Kolektif şükran; ort: Ortalama değerler; ss: Standart sapma

Tablo 3'te görüldüğü üzere, kolektif şükran ölçeğine yönelik genel ortalama değer 2,69'dur. Bu değer katılımcıların kolektif şükran duygusunun genel olarak düşük düzeyde olduğunu göstermektedir.

Bunun yanı sıra, meslekler arası ortalamalar dikkate alındığında, katılımcıların kolektif şükran duyguları yüksekte düşük doğru sıralandığında gemi kaptanları, taksi şoförleri ve otobüs şoförleri şeklindedir.

4.3.3. İşten Ayrılma Niyeti Ölçeğine İlişkin Ortalama Değerler

İşten ayrılma niyeti ölçeğinde yer alan ifadelerle ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 4'te gösterilmektedir.

Tablo 4: İşten Ayrılma Niyeti Değişkenlerine İlişkin Ortalama Değerler

İşten Ayrılma Niyeti	İşten Ayrılma Niyeti		Taksi Şoförü		Otobüs Şoförü		Gemi Kaptanı	
	ort.	ss.	ort.	ss.	ort.	ss.	ort.	ss.
IAN1.Çalıştığım kurumdan ayrılmayı sık sık düşünüyorum.	2,93	1,32	2,53	1,37	3,53	1,02	1,82	0,95
IAN2.İşyerimi değiştirmek için çalıştığım kuruma alternatif aramaktayım.	2,76	1,33	2,36	1,38	3,39	1,02	1,55	0,76
IAN3.Yapabildiğimde bu kurumdan ayrılacağım.	3,29	1,47	2,88	1,56	4,03	0,98	1,69	0,91
İşten Ayrılma Niyeti Ortalama	2,99	1,37	2,59	1,43	3,65	1	1,69	0,87

IAN: İşten ayrılma niyeti; ort: Ortalama değerler; ss: Standart sapma

Tablo 4'te görüldüğü üzere, işten ayrılma niyeti ölçeğine yönelik genel ortalama değer 2,99'dur. Bu değer katılımcıların işten ayrılma niyetinin düşük düzeyde olduğunu göstermektedir.

Bunun yanı sıra, meslekler arası ortalamalar dikkate alındığında, işten ayrılma niyeti yüksekte düşük doğru sıralandığında otobüs şoförleri, taksi şoförleri ve gemi kaptanları şeklindedir.

4.4. Değişkenler Arası İlişkilerin Araştırılması

4.4.1. Mesleki Prestijin İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisinde Kolektif Şükranın Aracılık Rolü

Katılımcıların mesleki prestij algılarının işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde kolektif şükranın aracılık rolü olabileceği düşüncesiyle araştırmanın hipotezi şu şekilde kurulmuştur;

H_1 : Mesleki prestijin işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde kolektif şükranın aracılık rolü vardır.

Tablo 5: H₁ Hipotez Sonuçları

Hipotez H ₁ Birinci Basamak Regresyon Analizi Sonuçları			
Bağımlı Değişken:	İşten Ayrılma Niyeti		
Bağımsız Değişken	Beta	t değeri	p değeri
Mesleki Prestij	-0,325	-7,882	0,000
R= 0,325	Düzeltilmiş R ² = 0,104	F değeri= 62,121	
Hipotez H ₁ İkinci Basamak Regresyon Analizi Sonuçları			
Bağımlı Değişken:	Kolektif Şükran		
Bağımsız Değişken	Beta	t değeri	p değeri
Mesleki Prestij	0,539	14,657	0,000
R= 0,539	Düzeltilmiş R ² = 0,289	F değeri= 214,840	
Hipotez H ₁ Üçüncü Basamak Regresyon Analizi Sonuçları			
Bağımlı Değişken:	İşten Ayrılma Niyeti		
Bağımsız Değişken	Beta	t değeri	p değeri
Mesleki Prestij	-0,107	-2,338	0,020
Kolektif Şükran	-0,405	-8,860	0,000
R= 0,471	Düzeltilmiş R ² = 0,219	F değeri= 74,893	

Tablo 5'te görüldüğü üzere, hipotezi test etmek amacı ile yapılan birinci basamak regresyon analizi sonucuna göre, “mesleki prestij”in “işten ayrılma niyeti” üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır ($p=0,000<0,05$) (Model-1). Hipotez testinin ikinci aşamasında “mesleki prestij”in “kolektif şükran” üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($p=0,000<0,05$) (Model-2). Hipotez testinin üçüncü aşamasında ise “kolektif şükran”ın “işten ayrılma niyeti” üzerindeki etkisi hala anlamlıdır ($p=0,00<0,05$) (Model-3). Model 1’de beta katsayısı 0,325 iken model 3’te beta katsayısı 0,107’e anlamlı bir biçimde düşmüştür. Bu şartlar altında kolektif şükranın kısmi aracılık etkisi söz konusu olup H₁ hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

İlerleyen bölümde, meslek gruplarına göre katılımcıların mesleki prestij algılarının işten ayrılma niyetleri üzerindeki etkisinde kolektif şükranın aracılık rolünde farklılıkların olabileceği görüşüyle kurulan 3 alt hipotez ve bu hipotezlerin sonuçları yer almaktadır.

4.4.2. Taksi Şoförlerinin Mesleki Prestij Algılarının İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisinde Kolektif Şükranın Aracılık Rolü

Taksi şoförlerinin mesleki prestij algılarının işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde kolektif şükranın aracılık rolü olabileceği düşüncesiyle araştırmanın birinci alt hipotez şu şekilde kurulmuştur;

H_{1a}: Taksi şoförlerinin mesleki prestij algılarının işten ayrılma niyetleri üzerindeki etkisinde kolektif şükranın aracılık rolü vardır.

Tablo 6: H_{1a} Hipotez Sonucu

Hipotez H_{1a} Birinci Basamak Regresyon Analizi Sonuçları			
Bağımlı Değişken:	İşten Ayrılma Niyeti		
Bağımsız Değişken	Beta	t değeri	p değeri
Mesleki Prestij	-0,063	-0,921	0,358
R= 0,063	Düzeltilmiş R²= 0,004	F değeri= 0,848	

Tablo 6’da görüldüğü üzere, hipotezi test etmek amacı ile yapılan birinci basamak regresyon analizi sonucuna göre, “mesleki prestij” in “işten ayrılma niyeti” üzerindeki etkisi anlamlı değildir ($p=0,358>0,05$). Aracılık analizine devam edilebilmesi için ön koşul olan bağımsız değişken “mesleki prestij” in bağımlı değişken “işten ayrılma niyeti” üzerindeki etkisi anlamlı olmalı koşulu sağlanmadığından analize devam edilememiştir. Bu nedenle, H_{1a} hipotezi red edilmiştir.

4.4.3. Otobüs Şoförlerinin Mesleki Prestij Algılarının İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisinde Kolektif Şükranın Aracılık Rolü

Otobüs şoförlerinin mesleki prestij algılarının işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde kolektif şükranın aracılık rolü olabileceği düşüncesiyle araştırmanın ikinci alt hipotezi şu şekilde kurulmuştur;

H_{1b}: Otobüs şoförlerinin mesleki prestij algılarının işten ayrılma niyetleri üzerindeki etkisinde kolektif şükranın aracılık rolü vardır.

Tablo 7: H_{1b} Hipotez Sonuçları

Hipotez H _{1b} Birinci Basamak Regresyon Analizi Sonuçları			
Bağımlı Değişken:	İşten Ayrılma Niyeti		
Bağımsız Değişken	Beta	t değeri	p değeri
Mesleki Prestij	-0,373	-6,334	0,000
R= 0,373	Düzeltilmiş R ² = 0,135	F değeri= 40,118	
Hipotez H _{1b} İkinci Basamak Regresyon Analizi Sonuçları			
Bağımlı Değişken:	Kolektif Şükran		
Bağımsız Değişken	Beta	t değeri	p değeri
Mesleki Prestij	0,577	11,147	0,000
R= 0,577	Düzeltilmiş R ² = 0,330	F değeri= 124,249	
Hipotez H _{1b} Üçüncü Basamak Regresyon Analizi Sonuçları			
Bağımlı Değişken:	İşten Ayrılma Niyeti		
Bağımsız Değişken	Beta	t değeri	p değeri
Mesleki Prestij	-0,269	-3,770	0,000
Kolektif Şükran	-0,180	-2,530	0,012
R= 0,401	Düzeltilmiş R ² = 0,154	F değeri= 23,694	

Tablo 7’de görüldüğü üzere, hipotezi test etmek amacı ile yapılan birinci basamak regresyon analizi sonucuna göre, “mesleki prestij” in “işten ayrılma niyeti” üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır ($p=0,000<0,05$) (Model-1). Hipotez testinin ikinci aşamasında “mesleki prestij” in “kolektif şükran” üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($p=0,000<0,05$) (Model-2). Hipotez testinin üçüncü aşamasında ise “kolektif şükran” in “işten ayrılma niyeti” üzerindeki etkisi hala anlamlıdır ($p=0,012<0,05$) (Model-3). Model 1’de beta katsayısı 0,373 iken model 3’te beta katsayısı 0,269’a anlamlı bir biçimde düşmüştür. Bu durumda kolektif şükranın kısmi aracılık etkisi söz konusu olup H_{1b} hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

4.4.4. Gemi Kaptanlarının Mesleki Prestij Algılarının İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisinde Kolektif Şükranın Aracılık Rolü

Gemi kaptanlarının mesleki prestij algılarının işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde kolektif şükranın aracılık rolü olabileceği düşüncesiyle araştırmanın üçüncü alt hipotez şu şekilde kurulmuştur;

H_{1c} : Gemi kaptanlarının mesleki prestij algılarının işten ayrılma niyetleri üzerindeki etkisinde kolektif şükranın aracılık rolü vardır.

Gemi kaptanlarına yönelik yapılacak analizde örneklem sayısı 62’dir. Sosyal bilimler alanında kimi araştırmacılar örneklem sayısının 40’tan büyük olduğunda analizlerin yapılabileceği konusunda görüş birliğine varmıştır (Alper & Deryakulu, 2008:55; Başar & Bölükbaş, 2010:163; Yücel, 2013:91). Daha önce belirtildiği üzere, İstanbul Şehir Hatları’nda çalışan gemi kaptanları toplamda 62 kişidir. Örneklemen tamamına ulaşıldığından ve örneklem sayısı 40’tan fazla olduğunda analizler yapılabilir görüşü doğrultusunda analizler gerçekleştirilmiştir.

Tablo 8: H_{1c} Hipotez Sonucu

Hipotez H_{1c} Birinci Basamak Regresyon Analizi Sonuçları			
Bağımlı Değişken:	İşten Ayrılma Niyeti		
Bağımsız Değişken	Beta	t değeri	p değeri
Mesleki Prestij	-0,198	-1,568	0,122
$R=0,198$	Düzeltilmiş $R^2=0,039$	F değeri= 2,458	

Tablo 8’de görüldüğü üzere, hipotezi test etmek amacı ile yapılan birinci basamak regresyon analizi sonucuna göre, “mesleki prestij” in “işten ayrılma niyeti” üzerindeki etkisi anlamlı değildir ($p=0,122>0,05$) (Model-1). Aracılık analizine devam edilebilmesi için ön koşul olan bağımsız değişken “mesleki prestij” in bağımlı değişken “işten ayrılma niyeti” üzerindeki etkisi anlamlı olmalı koşulu sağlanamadığından analize devam edilememiştir. Bu bağlamda, H_{1c} hipotezi red edilmiştir.

5. Araştırmanın Sonucu, Kısıtları ve Öneriler

Gündelik hayatta, iş hayatında ve diğer alanlarda insanlar imaj olgusu ile genel değerlendirmelerde bulunmaktadır. Örneğin, günümüzde bir kıyafetin değeri, taşıdığı marka ve imaj ile anlam kazanmaktadır. Yetişkin bir insanın zamanının çoğunu geçirdiği iş hayatı ise

insanın sahip olduğu imajı en çok etkileyen unsurlardan biridir. Bu doğrultuda bir bireyin mesleki imajı önem arz etmektedir. Mesleki imajın çalışan üzerine yüklediği anlam mesleki prestijdir. Bir başka deyişle, mesleki prestij, çalışanın mesleğine yönelik algısıdır. Aynı zamanda, mesleki prestij, bir meslek üyesinin toplumdan gördüğü saygı ve itibar değerlendirmesi olup bireyin mesleğe olan ilgisi ve almış olduğu ücret doğrultusunda şekillenmektedir.

Üniversite tercihlerinden, meslek özenişlerine hatta toplumda mesleğin taşıdığı ünvan ve hitap cümlelerine göre Türk toplumunda meslek mensuplarının mesleki prestij algıları önemlidir. Bu bağlamda, mesleki prestij algısı bireyin meslekte kalma veya işinden ayrılma kararı vermesine neden olmaktadır.

Diğer taraftan, bireylerin sahip olduğu şükran duygusunun bir meslek üyesi olan çalışana nasıl etkilediği önemli bir konudur. Şükran duygusu temel olarak insanın doğasında olan ve genellikle yaratıcıya ithaf edilen bir durumdur. Ancak bireyin toplumsal alanda hissettiği minnet duygusu ise bu durumun somutlaşmış halidir. Bir birey hayatının önemli bir zaman dilimini geçirdiği iş ortamında iş arkadaşları, yöneticisi ve kurumuna duyduğu minnet kolektif şükran duygusunu ortaya koymaktadır. Kolektif şükran duygusu ise bir grup içinde paylaşılan pozitif duygu durumudur.

Kurumuna yönelik pozitif tutum sergileyen çalışanların örgütlerine bağlılıkları yüksektir, örgütleri için özverili çalışır ve işten ayrılma niyetleri ise düşüktür. İşten ayrılma niyeti, çalışanların işinden ayrılma düşüncesini taşıması veya gelecek planlarında bulunduğu işten ayrılma isteğini ortaya koymasıdır. Bu bağlamda, işten ayrılma niyeti birçok neden sonucunda çalışanın zihninde oluşan bir istektir. Örneğin, mesleki prestij algısı ve kolektif şükran duygusu düşük olan çalışanların işten ayrılma niyeti artabilmektedir. Bir başka ifadeyle, mesleki prestij çalışanın işine olan bağlılığı kuvvetlendirmekte ve işten ayrılma niyetini ters yönde etkilemektedir. Kolektif şükran ise kişinin örgütüne, yöneticisine ve arkadaşlarına olan minnet duygusunu ortaya koymakta ve işten ayrılma niyetini azaltmaktadır.

Bu bağlamda, bu çalışma, yukarıda ifade edilen kavramlar arası etkiyi ortaya koyabilmek için İstanbul ulaşımında görev yapan taksi şoförleri, otobüs şoförleri ve gemi kaptanları üzerinde gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, mesleki prestij algısı düşük olandan yükseğe doğru sırasıyla taksi şoförleri, otobüs şoförleri ve gemi kaptanlarıdır. Gemi kaptanlarının yüksek düzeyde mesleki prestij algısına sahip olmalarının yanı sıra kolektif şükran duyguları taksi şoförleri ve otobüs şoförlerine göre daha fazladır. Genel ortalamalar ele alındığında gemi kaptanlarının işten ayrılma niyeti en düşük iken işten ayrılma niyetinin en yüksek olduğu grup otobüs şoförleridir.

Bu çalışmada mesleki prestij işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde kolektif şükranın kısmi aracılık rolü olduğu görülmüştür. Mesleki prestij algısı yüksek olan çalışanın işten ayrılma niyeti azalacaktır. Dolayısıyla, mesleki prestij ve işten ayrılma niyeti arasında negatif ilişki söz konusudur. Bu bulgular daha önce yapılan çalışmaları destekler niteliktedir (Lim & Yuen, 1997; Lim vd., 2000; Saltık vd., 2016) Diğer taraftan, kolektif şükranın çalışanların negatif tutumlarını azaltacağı düşünülmektedir. Bir başka ifadeyle, çalışanın örgütünden, yöneticisinden ve iş arkadaşlarından gördüğü olumlu davranışlar sonucunda işten ayrılma niyeti azalacaktır. Yıldız vd., (2017) taraflarından yapılan çalışma bu bulguyu destekler niteliktedir.

Bu araştırmada, ulaşım sektöründe çalışan taksi şoförleri, otobüs şoförleri ve gemi kaptanlarının mesleki prestij algılarının işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde kolektif şükranın aracılık rolü olup olmadığı her grup için ayrıca tespit edilmiştir.

Bu bağlamda, yapılan analizlerin sonucuna göre, taksi şoförlerinin mesleki prestij algılarının işten ayrılma niyeti üzerinde kolektif şükranın aracılık rolü bulunamamıştır. Taksi şoförleri yaptıkları işin meslek olarak görülmediğini, toplum nezdinde mesleki imajlarının olumsuz olarak görüldüğünü belirtmişlerdir. Ayrıca taksi şoförleri emeklilik sonrası bu işi yapmaları hatta ek iş olarak taksi şoförlüğünü yaptıklarını ifade etmeleri işten ayrılma niyetlerinin olmadığını göstermektedir. Taksi şoförlerinin belirtmiş olduğu bu ifadeler mesleki prestijin işten ayrılma niyeti üzerinde etkisinin olmadığını doğrulamaktadır.

Bu çalışmada, otobüs şoförlerinin mesleki prestij algılarının işten ayrılma niyetleri üzerindeki etkisinde kolektif şükranın kısmi aracılık rolü olduğu görülmüştür. Bir diğer ifadeyle, otobüs şoförlerinin mesleki prestij algıları ile işten ayrılma niyetleri arasındaki ilişkide kolektif şükranın olumlu etkisinin olduğu söylenebilir. Otobüs şoförlerinin belediye personeli olmaları, ağır vasıta araç kullanma ehliyetine sahip olmaları ve topluma yönelik kamu hizmeti ortaya koymaları sebebiyle mesleki prestij algıları yüksektir. Bu doğrultuda, otobüs şoförleri toplum tarafından gördükleri saygının arttığını hissettiklerinde işten ayrılma niyetleri azalacaktır. Mesleki prestij algısını artıran unsurlar yanı sıra kuruma duyulan minnet duygusu olan kolektif şükran duygusu arttığında otobüs şoförlerinin işten ayrılma niyeti azalmaktadır. Otobüs şoförlerine yönelik yapılan araştırma sırasında, otobüs şoförleri maaşlarını zamanında aldıklarını, arkadaşları ile ilişkilerinin iyi olduğunu belirterek, olumsuz yanları olmasına rağmen işlerini sevdiklerini ifade etmişlerdir. Aynı zamanda, otobüs şoförleri istekleri sağlandığında kurumlarına olan minnet duygularının artacağını ve işten ayrılma niyetinin azalacağını belirtmişlerdir. Otobüs şoförlerinin bu ifadeleri bu çalışmada elde edilen sonucu doğrulamaktadır.

Yapılan bu çalışmada, gemi kaptanlarının mesleki prestij algılarının işten ayrılma niyetleri üzerindeki etkisinde kolektif şükranın aracılık rolü bulunamamıştır. Gemi kaptanlarının mesleki prestij algıları yüksek olmasına karşın, mesleklerinin genel olarak evinden uzakta bir hayat sürmelerine sebebiyet verdiği için yakın çalışma lokasyonunu tercih ettikleri, bu doğrultuda çalıştıkları kurumdan ayrılmayacağını belirtmişlerdir. Bu durum göz önüne alındığında, gemi kaptanlarının mesleki prestij algılarının işten ayrılma niyetleri üzerinde etkisi olmadığı görülmektedir.

Bu araştırmanın ortaya koyduğu sonuçlardan biri de ele alınan meslek gruplarında kadın çalışanın istihdam edilmemesidir. Bu durum, mesleklerin cinsiyete göre ayırım yapılmasına neden olmuştur. Aynı zamanda meslek sahibi olmada cinsiyet faktörünün bir sorunsal olarak dikkat çekmesini sağlamıştır.

Araştırmanın bir diğer sonucu, eğitim durumunun her meslek grubunda aynı düzeyde olmadığıdır. Taksi ve otobüs şoförlerinin büyük çoğunluğu ilköğretim mezunu iken gemi kaptanlarının büyük çoğunluğunun ise lise mezunu olduğu görülmektedir. Bu bağlamda değerlendirildiğinde, gemi kaptanlarının eğitim durumlarının yüksek olması mesleki prestij algılarında yüksek olduğu sonucunu beraberinde getirmektedir.

Bu çalışma ortaya koyduğu sonuçlar ile literatüre belli bir katkı sağlamaya çalışmış olmasına karşın içerdiği bazı kısıtlar bulunmaktadır. İlk olarak çalışma tüm meslek gruplarını kapsamadığı gibi İstanbul ulaşımında görev yapan diğer meslek grupları çalışmaya dâhil edilememiştir. Buna ek olarak, İstanbul Şehir Hatları'nda çalışan gemi kaptanlarının tamamına ulaşılmasına rağmen, evren sayısının diğer meslek gruplarına göre eşit dağılım göstermemesi araştırmanın bir diğer kısıtını oluşturmaktadır. Ayrıca çalışmanın belirli bir coğrafik alanda yapılması çalışmayı kısıtlamaktadır. Çalışmanın diğer kısıtlarından biri de anket uygulaması süresince katılımcıların süre sınırlamalarının olması ve subjektif bir değerlendirmeye dayanmasıdır. Aynı zamanda çalışma kapsamında kadın çalışanların alınamaması araştırmanın bir diğer kısıttır.

Bu çalışmanın sonuçlarına göre, çalışanların mesleki prestij algılarının işten ayrılma niyetini etkilediği görülmektedir. Bu bağlamda, çalışanların mesleki prestij algılarını yüksek düzeyde hissedilebilmesi için hem örgütlerin hem de toplumun çaba sarf etmesi gerektiği söylenebilir. Çalışanların işten ayrılma niyetini azaltabilmek için örgütler çalışanların mesleki prestij algılarını olumlu yönde geliştirmeye önem vermesi gerekmektedir. Bunun yanı sıra, yöneticilerin ve insan kaynakları uygulayıcılarının işten ayrılma niyetini azaltmak için kolektif şükran duygusunu artırıcı yönde faaliyet göstermesi ve örgüt kültürünü bu yönde geliştirmesi gerekir. Bu bağlamda, örgüt bünyesinde çalışanların yönetim ve yöneticileriyle iletişim kurabileceği inancına sahip olması sağlanmalıdır. Aynı zamanda, çalışanların iş arkadaşları ile eşit haklara sahip olduğunu gösterecek politikalar geliştirmek ve çalışanların ihtiyaç ve isteklerini dikkate almak, geribildirimler ile onların varlığını önemseyen bir anlayışla çalışılması sağlanmalıdır. Bu doğrultuda, örgüt bünyesinde kolektif şükran duygusunun oluşması ve artırılması sağlanacaktır.

Bu çalışma sonucunda gelecek araştırmacılara yönelik olarak farklı meslek gruplarında çalışmaların ele alınması ve mesleki prestij sıralamalarını ortaya koyarak farklı karşılaştırmalarda bulunmaları önerilmektedir. Eğitim, sağlık, güvenlik sektörlerinde mesleki prestij çalışmalarının yapılması, özel ve devlet ayrımı ele alınarak çalışmanın değerlendirmeye tabi tutulması farklı sonuçlar doğuracaktır. Ayrıca kadın ağırlıklı meslek gruplarının araştırma kapsamına alınması önerilmektedir. Bunun yanı sıra, örgütsel bağlılık, aşırı niteliklilik (işini küçük görme ve kendini üstün görme), kariyer tatmini, örgütsel sosyalizasyon, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konuların araştırmacılar tarafından incelenerek sosyal bilimler alanına katkı sağlamaları önerilmektedir.

Kaynakça

- Ağdelen, Z., & Erkut, H. (2010). İnsan kaynakları yönetiminin firma finansal performansı üzerindeki etkisi. *İTÜ Dergisi/d*, 2(4),103-129.
- Akgün, A. E., Erdil, O., Keskin, H., & Muceldilli, B. (2016). The relationship among gratitude, hope, connections, and innovativeness. *The Service Industries Journal*, 36(3-4), 102-123.
- Akkol Gök, A., & Derin, N. (2014). Pazarlama bölümü öğrencilerinin meslek imajı algıları ve meslek imajını oluşturan faktörlerin belirlenmesine dair bir araştırma. *Ataturk University Journal of Economics & Administrative Sciences*, 28(2),133-156.
- Alper, A., & Deryakulu, D. (2010). Web ortamı problemlere dayalı öğrenmede bilişsel esneklik düzeyinin öğrenci başarısı ve tutumları üzerindeki etkisi. *Eğitim ve Bilim*, 33(148), 49-63.

- Arıkboğa, Ş. (2013). *Yönetim becerileri*. İstanbul: Der Yayınları.
- Armstrong-Stassen, M., & Ursel, N. D. (2009). Perceived organizational support, career satisfaction, and the retention of older workers. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 82(1), 201-220.
- Ashforth, B. E., Joshi, M., Anand, V., & O'Leary-Kelly, A. M. (2013). Extending the expanded model of organizational identification to occupations. *Journal of Applied Social Psychology*, 43(12), 2426-2448.
- Bartlett, M. Y., & DeSteno, D. (2006). Gratitude and prosocial behavior: Helping when it costs you. *Psychological Science*, 17(4), 319-325.
- Barlett, K. R. (1999). *The relationship between training and organizational commitment in the health care field*. Doctoral Dissertation. University of Illinois at Urbana-Champaign.
- Başar, M. S., & Bölükbaş, A. (2010). Gelişmişlik göstergeleri ve e-devlet indeksi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(1), 157-170.
- Berry, W. H. (2010). *Self-monitoring, organizational commitment, and relationships to intention to quit*. (Doctoral Dissertation). Webster University.
- Birnbaum, D., & Somers, M. J. (1986). The influence of occupational image subculture on job attitudes, job performance, and the job attitude-job performance relationship. *Human Relations*, 39(7), 661-672.
- Blau, F. D., & Kahn, L. M. (1981). Race and sex differences in quits by young workers. *ILR Review*, 34(4), 563-577.
- Cameron, K., & Dutton, J. (Eds.). (2003). *Positive organizational scholarship: foundations of a new discipline*. California: Berrett-Koehler Publishers.
- Cohen, G. (2014). *An agency-level analysis of turnover behavior and turnover intention: evidence from the us federal government*. Doctoral Dissertation. University of Texas at Dallas.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334.
- Çalbayram, N. Ç., & Gönenç, İ. M. (2017). Meslek tercihi yapacak erkek öğrencilerin ebelik hakkındaki görüşleri. *Sürekli Tıp Eğitimi Dergisi*, 26(1), 32-38.
- Çalık, T., Sezgin, F., Kavgacı, H., & Kılınç, A. Ç. (2012). Okul müdürlerinin öğretim liderliği davranışları ile öğretmen öz yeterliği ve kolektif öğretmen yeterliği arasındaki ilişkilerin incelenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 12(4), 2487-2504.
- Doğan, S., & Kılıç, A. G. S. (2007). Örgütsel bağlılığın sağlanmasında personel güçlendirmenin yeri ve önemi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (29), 37-61.
- Durmuş, B., Yurtkoru, E. S., & Çinko, M. (2011). *Sosyal bilimlerde SPSS'le veri analizi*. 4. Baskı. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Eisenberg, N., Miller, P. A., Shell, R., McNalley, S., & Shea, C. (1991). Prosocial development in adolescence: A longitudinal study. *Developmental Psychology*, 27(5), 849-857.
- Emmons, R. A., & McCullough, M. E. (2003). Counting blessings versus burdens: An experimental investigation of gratitude and subjective well-being in daily life. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(2), 377-389.
- English, B., Morrison, D., & Chalon, C. (2010). Moderator effects of organizational tenure on the relationship between psychological climate and affective commitment. *Journal of Management Development*, 29(4), 394-408.
- Ercikti, S. (2008). *Major determinants of job satisfaction among mid-level police managers*. (Doctoral Dissertation). University of Louisville.

- Fehr, R., Fulmer, A., Awtrey, E., & Miller, J. A. (2017). The grateful workplace: A multilevel model of gratitude in organizations. *Academy of Management Review*, 42(2), 361-381.
- Ferris, G. R., Arthur, M. M., Berkson, H. M., Kaplan, D. M., Harrell-Cook, G., & Frink, D. D. (1998). Toward a social context theory of the human resource management-organization effectiveness relationship. *Human Resource Management Review*, 8(3), 235-264.
- Ganzeboom, H. B., & Treiman, D. J. (1996). Internationally comparable measures of occupational status for the 1988 international standard classification of occupations. *Social Science Research*, 25(3), 201-239.
- Görmüş, A. Ş. (2009). Entelektüel sermaye ve insan kaynakları yönetiminin artan önemi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 11 (1), 57-75.
- Grandy, G., & Mavin, S. (2012). Occupational image, organizational image and identity in dirty work: Intersections of organizational efforts and media accounts. *Organization*, 19(6), 765-786.
- Gross, E. (1958). *Work and society*. New York: The Thomas Y. Crowell Company.
- Habib, M. N., Mukhtar, S., & Jamal, W. (2010). Why would i quit? Factors influencing teachers intentions to quit in private sector higher educational institutes of peshawar. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 213-242.
- Hinkin, T. R. (1995). A review of scale development practices in the study of organizations. *Journal of Management*, 21(5), 967-988.
- Hunt, M. D. L. (1993). *The relationship between the role socialization and occupational image of allied health managers*. (Doctoral Dissertation). Michigan. The Graduate School of Wayne State University.
- Kalaycıoğlu, S., Çelik, K., Çelen, Ü., & Türkyılmaz, S. (2010). Temsili bir örneklemede sosyo-ekonomik statü (ses) ölçüm aracı geliştirilmesi: Ankara kent merkezi örneği. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 183-220.
- Kirschenbaum, A., & Weisberg, J. (1990). Predicting worker turnover: An assessment of intent on actual separations. *Human Relations*, 43(9), 829-847.
- Koçoğlu, M. (2013). Çalışanların örgütlerine yönelik girişimcilik yönelimi algıları, örgüt desteği, kariyer tatminleri ve işten ayrılma niyetleri arasındaki ilişkinin incelenmesi: Otomotiv sektöründe bir araştırma. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, 35, 1-20.
- Koçoğlu, M. (2012). *Çalışanların örgütlerine yönelik girişimcilik yönelimi algıları, örgüt desteği, kariyer tatminleri ve işten ayrılma niyetleri arasındaki ilişkinin incelenmesi: Otomotiv sektöründe bir araştırma*. (Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi.
- Kozlowski, S. W. (2012). Groups and teams in organizations: Studying the multilevel dynamics of emergence. *Methods for Studying Small Groups: A Behind-The-Scenes Guide*, 260-283.
- Lim, V. K., & Yuen, E. C. (1997). Doctors, patients, and perceived job image: An empirical study of stress and nurses in Singapore. *Journal of Behavioral Medicine*, 21(3), 269-282.
- Lim, V. K., Teo, T. S., & See, S. K. (2000). Perceived job image among police officers in Singapore: Factorial dimensions and differential effects. *The Journal of Social Psychology*, 140(6), 740-750.
- Ming Benjamin Siong, Z., Mellor, D., Moore, K. A., & Firth, L. (2006). Predicting intention to quit in the call centre industry: Does the retail model fit?. *Journal of Managerial Psychology*, 21(3), 231-243.
- Mobley, W. H., Griffeth, R. W., Hand, H. H., & Meglino, B. M. (1979). Review and conceptual analysis of the employee turnover process. *Psychological Bulletin*, 86(3), 493-522.
- Mücdildili, B., Erdil, O., Akgün, A. E., & Keskin, H. (2015). Collective gratitude: Positive organizational scholarship perspective. *International Business Research*, 8(8), 92-102.

- Özen, Y., & Gülaçtı, F. (2006). Genel lise ve imam hatip lisesi son sınıf öğrencilerinin meslekleri prestij yönünden algılamaları ve algılamalarını etkileyen bazı faktörler. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*; 8(2), 49-68.
- Polat, M., & Meydan, C. H. (2010). Örgütsel özdeşleşmenin sinizm ve işten ayrılma niyeti ile ilişkisi üzerine bir araştırma. *Savunma Bilimleri Dergisi*, 9(1), 145-172.
- Purani, K., & Sahadev, S. (2008). The moderating role of industrial experience in the job satisfaction, intention to leave relationship: An empirical study among salesmen in India. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 23(7), 475-485.
- Ross, C. M. (1981). *Relationship between occupational prestige and leisure participation patterns of selected employees in Indianapolis, Indiana*. (Doctoral Dissertation). Indiana University.
- Saltık, I. A., Avcı, U., & Kaya, U. (2016). Mesleki bağlılık ve mesleği bırakma niyeti üzerinde etken faktörler olarak birey-meslek uyumu ve mesleğin sosyal statüsü: Turizm sektöründe görgül bir çalışma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 42-63.
- Seçer, H. Ş. (2007). *Mesleki yaşam modelinin oluşturulması ve mesleki analizlerde kullanımı*. (Doktora Tezi). DEÜ Sosyal Bilimleri Enstitüsü.
- Selden, S. C., & Moynihan, D. P. (2000). A model of voluntary turnover in state government. *Review of Public Personnel Administration*, 20(2), 63-74.
- Sheldon, K. M., & Lyubomirsky, S. (2006). How to increase and sustain positive emotion: The effects of expressing gratitude and visualizing best possible selves. *The Journal of Positive Psychology*, 1(2), 73-82.
- Stiglitz, J. E. (1974). Alternative theories of wage determination and unemployment in Idc's: The labor turnover model. *The Quarterly Journal of Economics*, 88(2), 194-227.
- Tett, R. P., & Meyer, J. P. (1993). Job satisfaction, organizational commitment, turnover intention, and turnover: Path analyses based on meta-analytic findings. *Personnel Psychology*, 46(2), 259-293.
- Tolungüç, A. (2000). *Turizmde tanıtım ve reklam*. Ankara: Mediacat Kitapları.
- Treiman, D. J. (2013). *Occupational prestige in comparative perspective*. Elsevier.
- Tuna, M. (2007). Personal devir oranı analizi: Ankara'da yer alan yıldızlı otel işletmelerinde bir uygulama. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(1), 45-52.
- Türk Dil Kurumu. (2017). Güncel Türkçe Sözlük. Erişim Tarihi: 10.12.2017, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&view=gts
- Udechukwu, I. I. (2006). *The relationship between job satisfaction, organizational commitment, intentions to quit, and perceived alternative employment in the assessment of employee turnover: a study of correctional officers*. (Doctoral Dissertation). Nova Southeastern University.
- Verhoef, A. H. (2014). Sisyphus, happiness and transcendence. *South African Journal of Philosophy Suid-Afrikaanse Tydskrif vir Wysbegeerte*, 33(4), 537-546.
- Wegener, B. (1992). Concepts and measurement of prestige. *Annual Review of Sociology*, 18(1), 253-280.
- Yıldız, B., & Ayaz Arda, Ö. (2018). Algılanan aşırı nitelikliliğin yenilikçi işyeri davranışları üzerindeki etkisinde kolektif şükranın rolü. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 141-161.
- Yıldız, B., & Çakı, N. (2016). *Algılanan örgütsel destek ile bağlamsal performans arasındaki ilişkide kolektif şükran'ın moderator etkisi*. 15. Ulusal İşletmecilik Kongresi Bildiri Özetleri Kitabı.
- Yıldız, B., Özdemir, F., Habib, E., & Çakı, N. (2017). Aşırı nitelikliliğin işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde kolektif şükranın moderator etkisi. *Örgütsel Davranış Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 40-61.
- Yücel, M. (2013). Toplam hizmet kalitesinin servqual analizi ile ölçümü: Bankacılık sektöründe bir araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 44(44), 82-106.